

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dewasa ini perkembangan serta kemajuan teknologi dalam memasarkan produk, baik jasa maupun barang sudah menunjukkan perubahan yang sangat berarti bagi para pemangku kepentingan yaitu *stake holder*. Hal tersebut dilakukan untuk mendapatkan pangsa pasar, dengan harapan produk yang dipasarkan dapat dijual dan menerima keuntungan. Namun demikian Perkembangan dunia usaha dewasa ini ditandai dengan makin tajamnya persaingan, khususnya dalam pengelolaan unit usaha perusahaan. Hal ini ditandai dengan munculnya perusahaan yang menawarkan jenis produk yang berkualitas dengan harga yang bersaing dalam pemasaran. Untuk mengatasi ketatnya persaingan dalam pemasaran tiket maka salah satu upaya yang dilakukan oleh perusahaan adalah dengan menerapkan strategi harga dan promosi, dimana dalam penerapan strategi tersebut perusahaan berusaha untuk menetapkan harga yang mampu bersaing, sehingga peningkatan penjualan tiket terus meningkat.

Perkembangan teknologi saat ini yang sangat pesat membuat pesaing dalam penyediaan jasa transportasi menjadi semakin tajam dan ketat. Salah satunya adalah penyediaan jasa transportasi bagi masyarakat luas agar tercapainya kemudahan dan kepuasan masyarakat luas sebagai konsumen dalam menggunakan jasa transportasi yang sangat penting bagi kehidupan,

terutama dalam era globalisasi dan teknologi yang sudah sangat maju dan berkembang. Untuk meningkatkan jumlah konsumen, perusahaan terdorong memberikan harga dan promosi yang lebih baik dari pada pesaing agar dapat bersaing dengan perusahaan lain yang sejenis. Dengan adanya harga dan promosi maka akan mampu meningkatkan penjualan tiket pada PT. Anta Utama Tour & Travel di Kediri.

Harga adalah jumlah uang (ditambah beberapa barang kalau laku mungkin) yang ditambahkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang serta pelayanannya (Swasta, 2004:147). Sedangkan menurut Kotler and Armstrong (2005:353), harga merupakan sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut.

Promosi mencerminkan kegiatan-kegiatan yang mengkomunikasikan keunggulan produk dan membujuk konsumen untuk membelinya. Jadi, promosi ini merupakan komponen yang dipakai untuk memberikan dan mempengaruhi pasar bagi produk perusahaan. Adapun kegiatan-kegiatan yang termasuk dalam promosi adalah dari iklan, personal selling, promosi langsung, pemasaran langsung (Kottler dan Armstrong (1997: 47).

Berkaitan dengan pentingnya masalah promosi dan harga, maka hal ini perlu diperhatikan oleh perusahaan PT. Anta Utama Tour & Travel, yakni sebuah perusahaan yang bergerak dibidang penjualan tiket, dimana dalam upaya untuk mengantisipasi persaingan yang semakin ketat dengan

perusahaan jasa travel lainnya, serta untuk lebih meningkatkan penjualan tiket, maka perusahaan perlu melakukan evaluasi mengenai penetapan harga dan biaya promosi yang dikeluarkan oleh perusahaan. Untuk lebih jelasnya berikut ini akan disajikan data harga dan biaya promosi pada PT. Anta Utama Tour & Travel di Kediri selama 3 tahun terakhir tahun 2008 s/d tahun 2010 yang dapat dilihat melalui tabel berikut ini:

Tabel 1.1

Data Harga Jual & Biaya Promosi
PT. Anta Utama Tour & Travel Kediri
Tahun 2008 s/d 2013

TAHUN	TIKET TERJUAL (LEMBAR)	BIAYA PROMOSI	RATA-RATA
2008	775,000	Rp 11,950,000	Rp 995,833
2009	800,000	Rp 12,050,000	Rp 1,004,167
2010	975,000	Rp 88,500,000	Rp 7,375,000
2011	979,000	Rp 92,125,000	Rp 7,677,083
2012	983,000	Rp 95,925,000	Rp 7,993,750
2013	999,000	Rp 100,000,500	Rp 8,333,375
Rata-rata	918,500	Rp 66,758,417	Rp 5,563,201

Sumber : PT. Anta Utama Tour & Travel di Kediri

Berdasarkan data di atas mengenai tiket terjual (lembar), biaya promosi serta rata-rata pada PT. Anta Utama Tour & Travel di Kediri, diperoleh data sebagai berikut, bahwa melihat dari siklus perkembangan penjualan tiket dari tahun 2008 sampai 2013 menunjukkan perkembangan yang sangat signifikan dengan ditandainya penjualan tiket dari tahun ke tahun semakin meningkat, kemudian untuk biaya promosi menunjukkan hal yang sama bahwa dari tahun

2008 hingga tahun 2013 biaya promosi menunjukkan nilai yang meningkat, terutama pada tahun 2010, dari tahun 2009 menuju ke tahun 2010 biaya promosi melambung tinggi, hal itu menunjukkan bahwa konsumen banyak melakukan pembelian tiket, sehingga dari nilai rata-rata juga menunjukkan peningkatan yang baik, dari tahun ke tahun.

Oleh karena itu berdasarkan fenomena tersebut maka perusahaan berniat untuk melakukan evaluasi mengenai fluktuasi masalah harga dan biaya promosi, yang sangat berpengaruh terhadap keputusan pembelian tiket pada perusahaan PT. Anta Utama Tour & Travel di Kediri. Dalam hal ini tujuan penulis dalam penelitian ini untuk menganalisis pengaruh promosi dan harga terhadap keputusan pembelian tiket pada PT. Anta Utama Tour & Travel di Kediri.

Berdasarkan uraian di atas perlu adanya sebuah kajian tentang analisis tersebut. Maka dari itu sebagai mahasiswa S1 Unipdu penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan maksud ingin mengamati dan menganalisis terkait dengan tema **“Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Pada PT. Anta Utama Tour & Travel di Kediri”**.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan pada latar belakang masalah di atas dapat dirumuskan penulis sebagai berikut :

1. Apakah promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian tiket di PT. Anta Utama Tour & Travel di Kediri.
2. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian tiket di PT. Anta Utama Tour & Travel di Kediri.

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah :

1. Untuk menganalisis dan mengetahui apakah promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian tiket di PT. Anta Utama Tour & Travel di Kediri.
2. Untuk menganalisis dan mengetahui apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian tiket di PT. Anta Utama Tour & Travel di Kediri.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini diharapkan bisa memberikan wawasan serta nilai-nilai positif, terutama kepada :

1. Peneliti
 - a. Hasil penelitian ini diharapkan mampu menambah pengetahuan peneliti tentang bagaimana memberikan *added value* terhadap mahasiswa dengan senantiasa memiliki kualitas dan produktivitas.

- b. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang luas tentang pengetahuan penulis serta dapat membandingkan antara teori dengan realita di lapangan kerja.

2. Peneliti lain

Hasil penelitian ini diharapkan bisa menjadi referensi atau acuan peneliti lain dalam membuat suatu penelitian yang berkenaan dengan ilmu ekonomi dan administrasi, khususnya manajemen pemasaran.

3. Universitas Pesantren Tinggi Darul'Ulum

Semoga hasil penelitian ini bisa memberikan kontribusi terhadap khasanah ilmu pengetahuan yang senantiasa memperhatikan dan memberikan produk terbaik dalam menyangkut kualitas pendidikan..

1.5 Batasan Masalah

1. Obyek yang menjadi kajian dalam skripsi ini adalah tentang penjualan tiket pesawat terbang, penulis hanya mengambil sampel tiket pesawat terbang, karena jumlah terbesar pengguna jasa layanan pembelian tiket di PT. Anta Utama Tour & Travel di Kediri, adalah untuk tiket pesawat terbang dengan berbagai jurusan Domestik maupun Internasional.